Pemberdayaan MicroFinance Syariah dalam pengembangan UMKM

Aries Muftie
Ketua Umum ABSINDO

Seminar Bulanan MES, BRI I, Auditorium Lt 21

PROFIL ABSINDO

- Asosiasi BMT Se- Indonesia, disingkat ABSINDO
- Didirikan pada hari Ahad, tanggal 3 Dzulkaidah 1426 H bertepatan dengan 4 Desember 2005 di Jakarta,
- ABSINDO berkedudukan di Ibukota Negara Republik Indonesia.
- ABSINDO memiliki lambang, bendera, Hymne, dan Mars

Visi & Misi ABSINDO

1. Visi ABSINDO

   Terwujudnya lembaga dan sistem keuangan syariah yang profesional, sehat, aman, nyaman, mandiri, adil dan mengakar di masyarakat yang mampu meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat banyak.

2. Misi ABSINDO

   a. Meningkatkan peranan LKMS BMT dalam memberdayakan usaha mikro dan kecil Indonesia.
   b. Meningkatkan jaringan kerjasama antar lembaga Pendamping LKMS BMT sehingga semakin kuat, mandiri dan professional.
   c. Mewujudkan lembaga Penjamin dan Likuiditas bagi LKMS BMT
   d. Advokasi LKMS BMT

Tugas ABSINDO

1. Melakukan akreditasi LKMS BMT yang menjadi anggota asosiasi
2. Melakukan pembinaan terhadap LKMS BMT
3. Merintis Usaha-usaha untuk penguatan kelembagaan dan SDM LKMS BMT.
4. Merintis usaha-usaha untuk memperkuat permodalan LKMS BMT.
5. Merintis usaha-usaha untuk menanggulangi masalah likuiditas antar LKMS BMT.
6. Merintis usaha bagi terbentuknya Lembaga Penjamin LKMS BMT
7. Meningkatkan kerjasama jaringan antar LKMS BMT dan Antar Lembaga-lembaga Pendamping dari LKMS BMT
8. Melakukan tugas-tugas lain yang diperlukan untuk pengembangan LKMS BMT

Kegiatan ABSINDO

a. Mendukung pengembangan lembaga Keuangan Mikro Syariah dan Lembaga Pendampingannya.
b. Menjalin kerjasama dengan organisasi nasional maupun internasional
c. Memperjuangkan dan meningkatnya akses dan peranan keuangan mikro system syariah.

Kegiatan ABSINDO

d. Meningkatkan kerjasama jaringan antar lembaga-lembaga Pendamping dari LKMS BMT sehingga meningkatkan kemampuan LKMS BMT dalam hal:
   - Kemampuan menguasai akses informasi, Modal, Pasar, baik Nasional, Regional maupun Internasional.
   - Aplikasi Produk Syariah
   - Pelatihan dan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusai.
   - Peningkatan kemampuan Teknologi Informasi dan jaringan elektromagnetik
   - Likuiditas LKMS BMT
   - Peningkatan kualitas manajemen LKMS dan Lembaga Pendampingnya
   - Peningkatan kualitas kemampuan pengurus LKMS dan Lembaga pendampingnya.
   - Keorganisasian/Kelembagaan.

Kegiatan ABSINDO

e. Mewujudkan lembaga Penjamin bagi LKMS BMT anggota.
f. Memperluas dan memperkuat jaringan Kerja antar LKMS BMT.
g. Advokasi atas permasalahan anggota.
h. Melaksanakan penguatan kelembagaan ekonomi syariah dalam meningkatkan partisipasi anggota dan kepercayaan publik

Apex BMT :

Arah Pengembangan BMT ke Depan

Brand Strategy

Apex	**: 1 BMT**
Simpanan Bersama	**: Taawun**
Media Transaksi	**: BMTcash**
Jaringan	**: eMF, EM, Xpress**
Remitansi	**: BMTXpress**

BMT Activities

LKMS BMT Kini dan Masa Depan

Unsur-unsur	Keadaan Kini	3 tahun lagi	10 tahun lagi
Laba	Rp. 0 – 10 jt / bln	Rp. 100. Juta /bln	Rp. 1 M / bln
Asset	10 -250 juta	Rp. 1,25 – 5 M	Rp. 10 – 100 M
SOP	Tidak tertib	Tertib	Tertib
Manajemen	Tertutup	Terbuka	Terbuka
Tambahan Anggaran Pendiri	Tertutup	terbuka	Terbuka
Penguatan Ruhiyah	Belum Jalan	Berjalan	Berjalan Konsisten
Jml Anggota	100 -500	5.000 – 8000	10.000 – 100.000

Pasar yang menarik, penetrasi rendah, pendapatan rendah, banyak pemain baru. Keputusan yang kritis adalah pada segmen yang menjadi target dan strategi menghadapi pesaing.

- Not easily bankable customers, labor intensive needs. Addressing value propositions, risk management and competitions through valid business model.
-
- Business model to network: appropriate branch format, and optimum location among ~480 Kabupaten. Balancing potential, cost effectiveness, competitive portfolio, and risks.
-
- Battle formation: translating strategy and business model to appropriate organization. Designing structure, defining key roles, explaining job description, and selecting KPIs.
-
- Key systems that connects all resources and make the business model work as intended. Managing sales & relationships, credit approvals, risks, operations, products & services, training & developments, and pertormance & incentive systems.
-
- Using optimum combination of staffing and development. Deciding the appropriate type of people to hire, mechanism to recruit, development & training platform, and who to promote and to fire.
-
- Piloting and early implementation phase pose challenges. Flexibility and experience will help navigating this period and build stronger fundamental for roll-out

KREDIT MIKRO DAN TABUNGAN MIKRO ADALAH DUA HAL YANG BERBEDA

Institution	Country	Years of Opera-tion	Net-works	Average Loan Size (USD)	Saving to Loan Ratio	Funding Source to fill capital gap
Compartamos	Mexico	20	187	440	0%	Donors + Capital Market
Mandiri Mikro	Indonesia	2	311	1,081	5%	Bank Mandiri
DSP	Indonesia	3	673	4,613	8%	Bank Danamon
Kospin	Indonesia	62	36,376	49	30%	Bank channeling, Program loan
Grameen	Bangladesh	23	2,462	77	44%	Donors
CARD	Phillipines	14	190	171	58%	Equity
MiBanco	Peru	14	25	1,445	63%	Donors
ACCLEDA	Cambodia	13	180	988	78%	Equity
BPR	Indonesia	19	3,157	726	78%	Equity
BancoSol	Bolivia	16	48	1,571	89%	Equity
BRI	Indonesia	27	4,112	702	150%	no funding gap

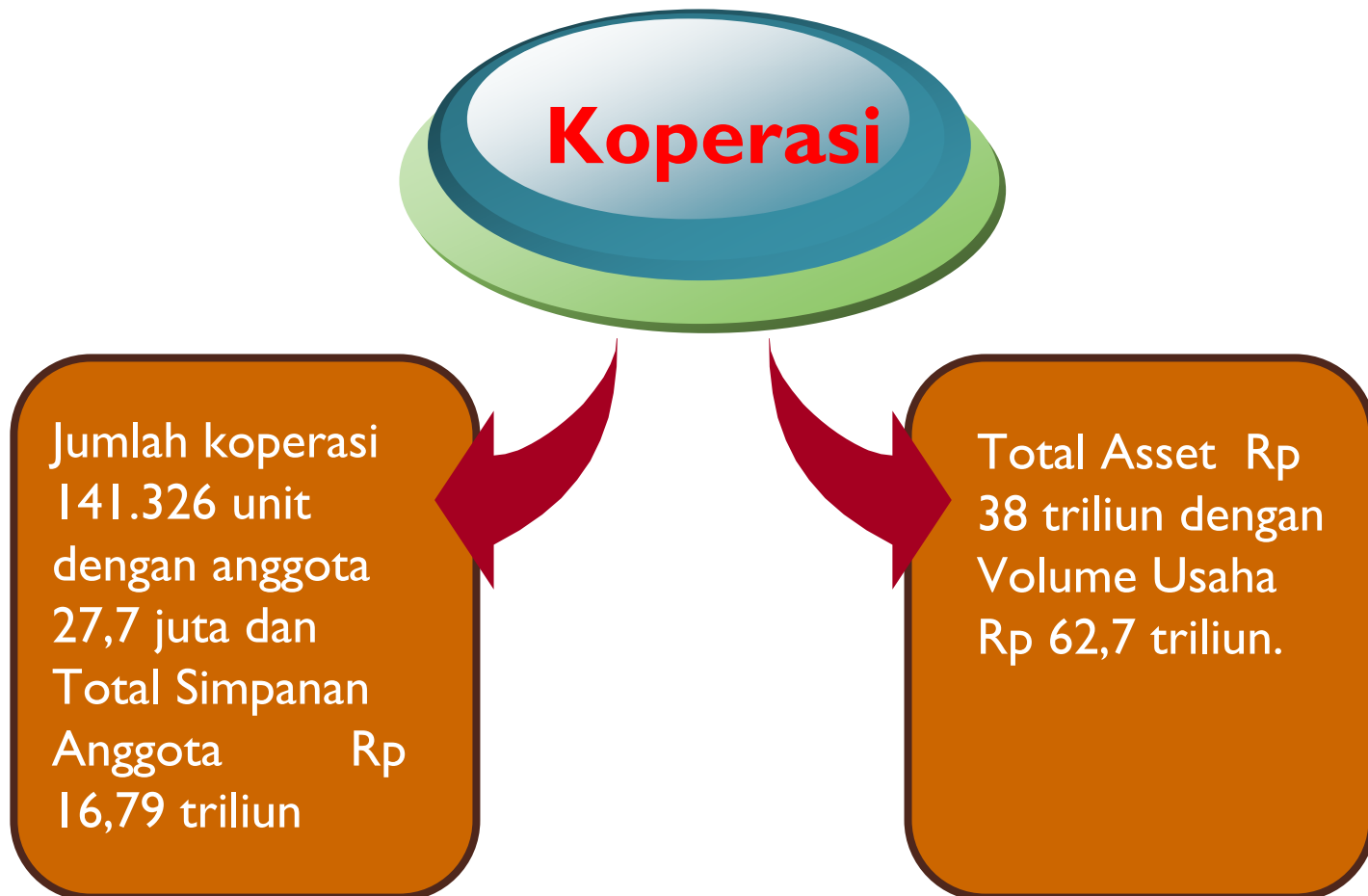
Compartamos had no savings product

Source: Bank Indonesia, CIMB, Internet search, internal analysis

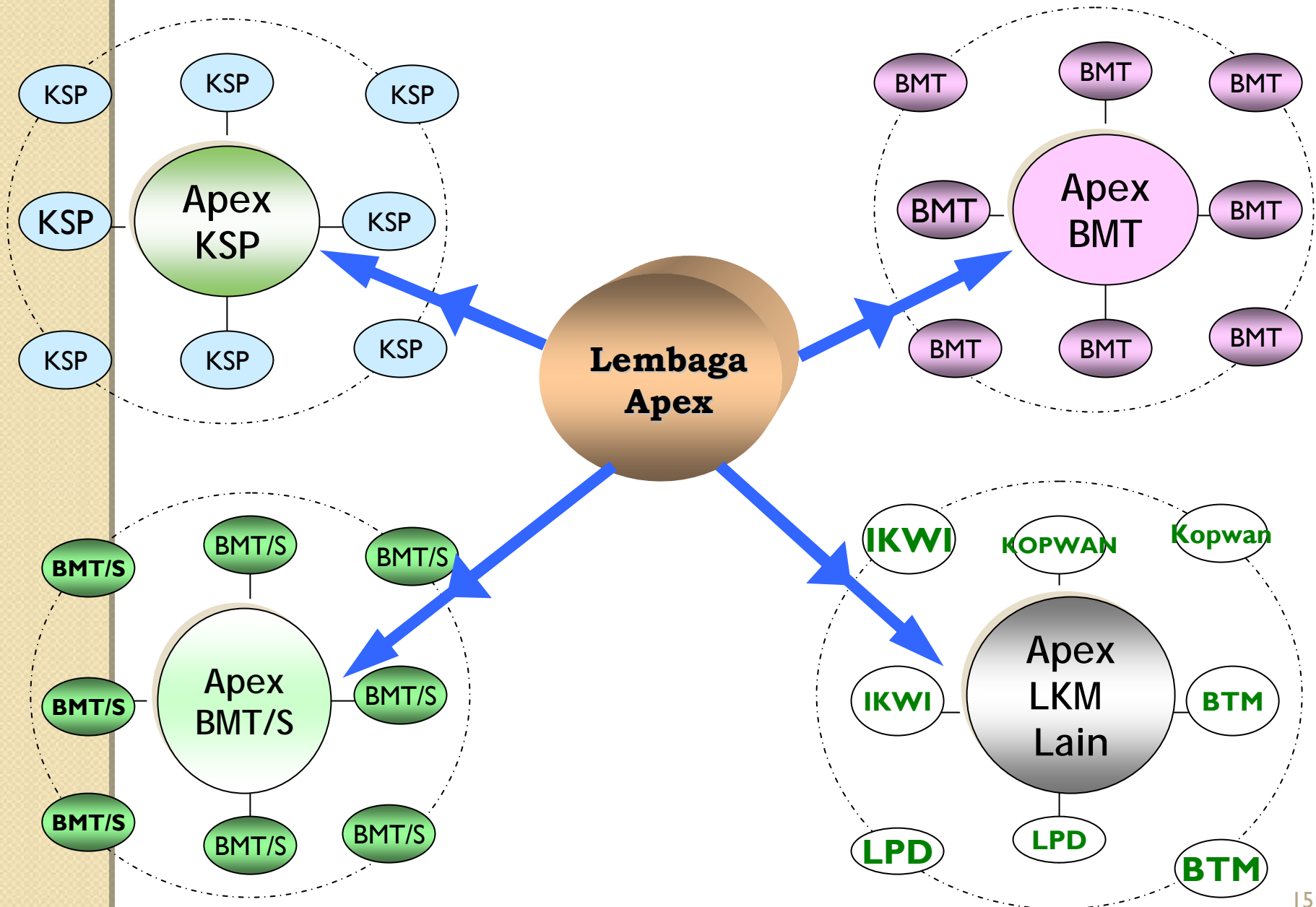
PASAR YANG ADA :
KONDISI KOPERASI DAN UMKM

Koperasi

Jumlah koperasi 141.326 unit dengan anggota 27,7 juta dan Total Simpanan Anggota Rp 16,79 triliun

Total Asset Rp 38 triliun dengan Volume Usaha Rp 62,7 triliun.

Executive Summary

- ABSINDO ataupun induk-induk LKM/S akan berperan sebagai Self Regulating Organization (SRO) yang akan menetapkan peraturan , giro wajib minimum, tata tertib, dan biaya-biaya bagi pemanfaatan fasiltas APEX BMT ini.
- Prinsip kerja sama antara BANK, LKM/S, Provider, dan Asosiasi/induk/komunitas Mikro ini adalah gotong royong (partnership) dan prinsip bagi hasil yang adil berdasarkan besarnya kontribusi, kompetensi dan investasi masing-masing pihak.
- Masing-masing pihak akan melakukan investasi baik berupa financial, kompetensi dan perannya.

Jaringan LKM / S – MFI untuk Pembiayaan Usaha Mikro

Ide Produk dan Fitur Produk

- Apex LKM/S

I. Ide

- Selama ini kebutuhan pemenuhan dana internal maupun eksternal dipenuhi secara cash atau di tansfer bank dan kemudian dan kemudian diambil cash (pinjam di LKM/S, simpan di Bank)
- Untuk memanfaatkan layanan ini sebuah LKM/S harus mendaftar menjadi anggota Apex LKM/S dan mengikuti peraturan dan tata tertib yang ditetapkan.
- Keberadaan LKM/S dan cabangnya yang bersifat "stand alone" diintegrasikan secara elektronik dan dengan kepemilikan rekening penampung di Bank/POS
- Rekening Penampung di Bank/POS digunakan sebagai Pusat Settlement
- Setiap LKM/S memiliki tabungan dengan saldo wajib minimum untuk kebutuhan transaksi antar LKM/S

Ide Produk dan Fitur Produk

- Apex LKM/S

II. Fitur

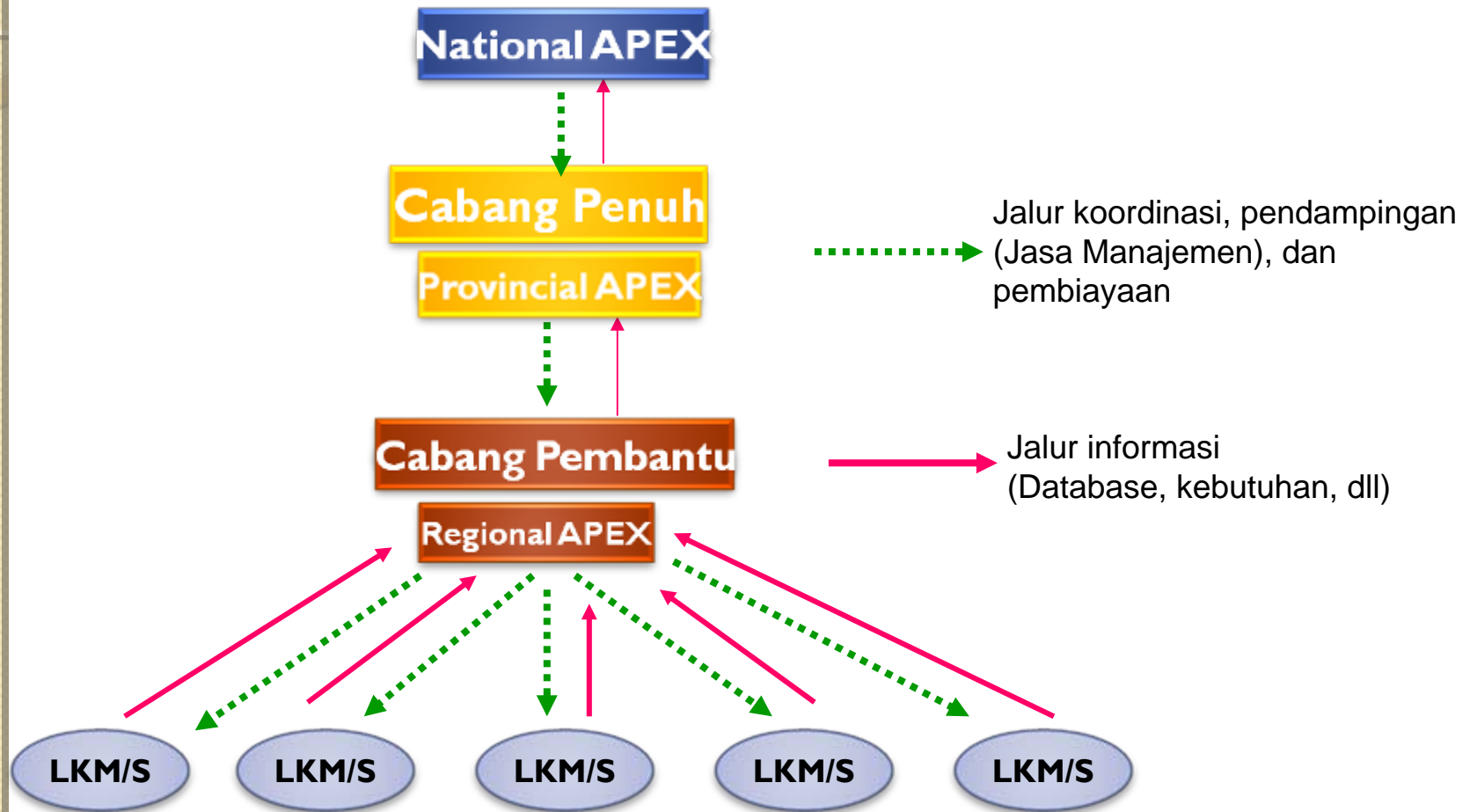
A. Fungsi perbankan
   - Transfer antar LKM (Settlement)
   - Transfer antar nasabah berbeda LKM
   - Remittance

B. Fungsi pooling of fund ; dana hasil pooling fund di masa depan akan dimanfaatkan untuk kepentingan LKM/S sendiri, tidak disimpan di perbankan.

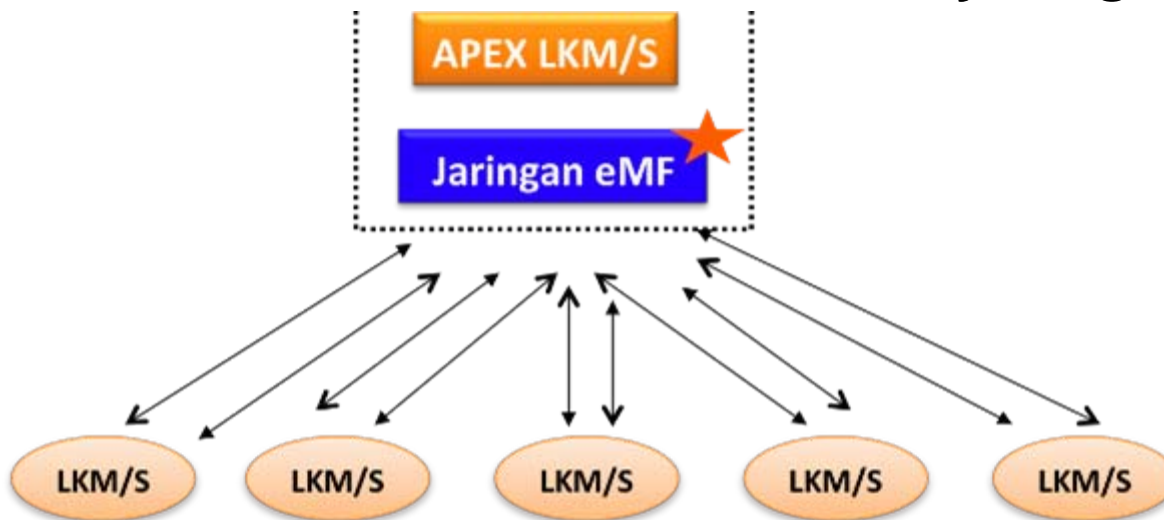
C. Fungsi Pusat Informasi ; kegiatan Apex LKM/S akan menghasilkan laporan yang bisa dimanfaatkan oleh anggota maupun komunitas.

D. Fungsi Rating

E. Terinterkoneksi dengan Delivery Channel (ATM, EDC, Mobile Phone,Internet) utk memudahkan E-Banking transaction di setiap BMT yaitu:
   - Transfer antar cabang dalam 1 BMT
   - Transfer antar nasabah dalam 1 BMT
   - Pembayaran tagihan (bill Payment)
   - Collection etc

APEX Business Model

Ide Produk dan Fitur Produk

- Apex LKM/S

III. Gambaran Umum Infrastruktur Jaringan

CONTOH BMTCASH DI JATENG , JABAR, DIY TELAH BERJALAN DAN KALTIM, JATIM SEDANG DI INSTALASI I SECARA STAND ALONE

(menunggu POS/BANK sbg APEX terhubung dengan Data Center ABSINDO/Inkopsyah secara H to H)

BMT BANK™

Case Study : Kaltim Card

1. Industry Overview

NUNUKAN
TARAKAN
MALINAU
BULONGAN
BERAU
KUTAI TIMUR
KUTAI KARTANGR
BONTANG
KUTAI BARAT
SAMARINDA
PENAJAM PASER UATARA
BALIKPAPAN
PASIR

Malinau

Penduduk	: 49.517
ORMAS	: 95
OKP/Paguyuban	: -
Guru	: 784

Kutai Barat

Penduduk	: 151.227
ORMAS	: 16
OKP/Paguyuban	: 20
Guru	: 2.370

Kutai Kartanegara

Penduduk	: 490.607
ORMAS	: 19
OKP/Paguyuban	: 15
Guru	: 7.208

Penajam Paser Utara

Penduduk	: 120.508
ORMAS	: 45
OKP/Paguyuban	: -
Guru	: 697

Kab. Pasir

Penduduk	: 174.420
ORMAS	: 38
OKP/Paguyuban	: 46
Guru	: 2.490

Balikpapan

Penduduk	: 469.884
ORMAS	: 41
OKP/Paguyuban	: 1
Guru	: 5.504

Samarinda

Penduduk	: 574.439
ORMAS	: 174
OKP/Paguyuban	: 119
Guru	: 5.808

Kab. Nunukan

Penduduk	: 109.773
ORMAS	: 9
OKP/Paguyuban	: 27
Guru	: 1,082

Kota Tarakan

Penduduk	: 155.716
ORMAS	: -
OKP/Paguyuban	: 52
Guru	: 2.505

Bulongan

Penduduk	: 101.980
ORMAS	: 32
OKP/Paguyuban	: 14
Guru	: 2.108

Berau

Penduduk	: 148.437
ORMAS	: -
OKP/Paguyuban	: 38
Guru	: 1.312

Kutai Timur

Penduduk	: 174.018
ORMAS	: 85
OKP/Paguyuban	: 28
Guru	: 3.279

Bontang

Penduduk	: 120.348
ORMAS	: 40
OKP/Paguyuban	: 44
Guru	: 2.168

7 (tujuh) Pemda :

a. Bontang
b. Balikpapan
c. Samarinda
d. Kutai Utara (Kukar)
e. Pasir
f. Kutai Timur (Kutim)
g. Berau

Koperasi :

a. Koperasi Angkasa Pura
b. Koperasi Pertamina
c. PT Pupuk Kaltim
d. Bontang
e. PKPRI

f Koperasi Samarinda

Komunitas :

a. K5 (Peningkatan: Keimanan ; Kemiskinan; Kebodohan ; Kesempatan kerja; Kesehatan)
b. Guru-guru
c. Nelayan (KTNA & HKTI)
d. BMT
e. Pedagang pasar

1.1 Apa Itu BMT BANK ?

- Strategic Stakeholders & Alliances
  - BMT BANK adalah Kios yang berisi ATM, Mini ATM dan beberapa EDC yang dapat digunakan oleh Card berbagai bank termasuk Bank KALTIM yang menggunakan BMT Bank sebagai perpanjangannya, jadi BMT BANK adalah sarana dari APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu dan Mobile Phone) untuk "UMKM" (**Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)**. Yang dikeluarkan oleh berbagai Bank termasuk LKM seperti Kopegta Kilang Mandiri, BMT dan IKSP sebagai SUB APEX LKM dengan Bank KALTIM sebagai **Custodian Bank atau Settlement Bank**
  - Masyarakat UMKM Indonesia sebagai prospek BMT BANK, antara lain, terdiri dari:
    - **Pedagang Pasar Tradisional, 12.6 juta orang**. Organisasi: **APPSI.**
    - **Petani & Nelayan , 14.6 juta orang**. Organisasi: **HKTI dan KTNA.**
    - **Koperasi, 141.326 unit dengan 27,7 juta anggota**. Organisasi: **DEKOPIN.**
    - **TKI, 8 juta orang** (legal & illegal). Organisasi: **BNP2TKI.**
    - **BMT (BPR Syari'ah), 3,500 unit dengan 5 juta anggota**. Organisasi: **ABSINDO.**
    - **dll.**

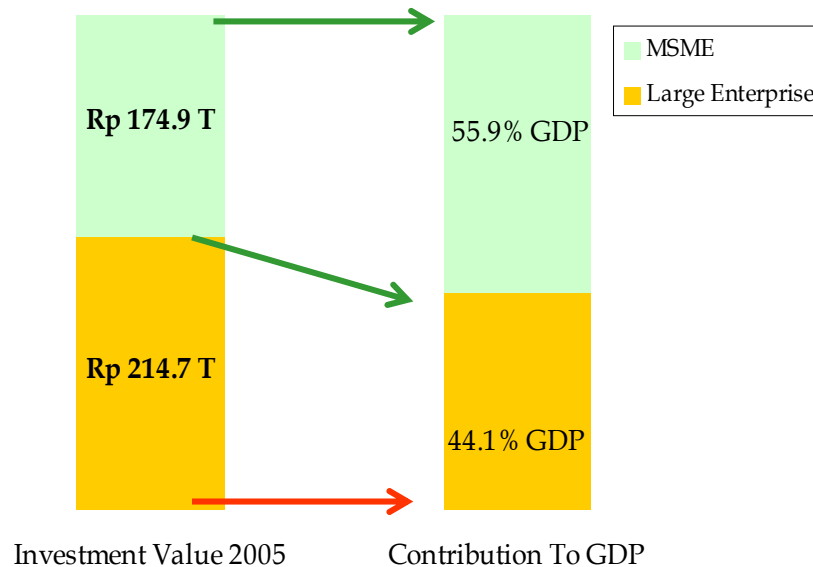
  Catatan :

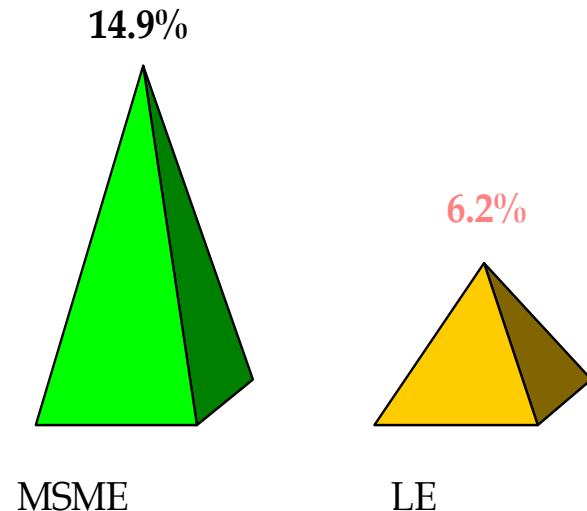
    - **Mungkin saja Anggota APPSI masuk juga di HKTI dan juga anggota BMT atau Koperasi**

...Apa Itu BMT BANK ?

- Strategic Market Acquisition
  - Pangsa pasar UMKM dapat diraih secara captive melalui BMT BANK, karena BMT BANK dipersiapkan oleh ABSINDO yang bekerjasama dengan organisasi induknya.

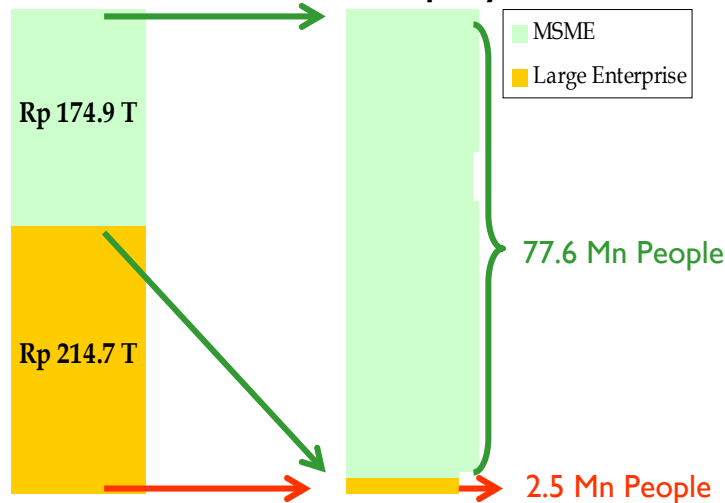
1.2 Mengapa BMT BANK (UMKM) ?

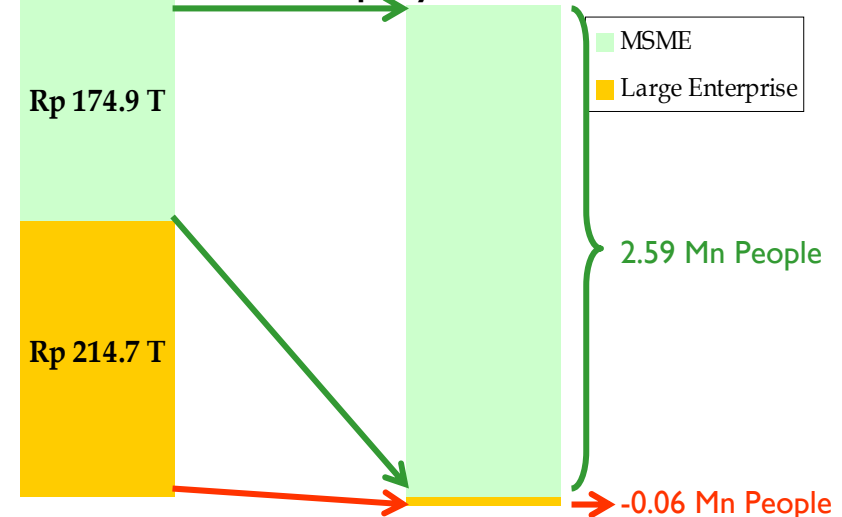
- **Kontributor GDP Terbesar**

UMKM dengan nilai investasi **Rp 174.9 Triliun** tahun 2005 **memberi kontribusi terhadap 55.9% GDP**, sementara **Usaha Besar** dengan nilai investasi yang lebih besar, yakni **Rp 214.7 Triliun,** pada periode yang sama **hanya memberi kontribusi terhadap 44.1% GDP**.

- **Bisnis yang Berkembang Paling Pesat**

Pada tahun 2005, **pertumbuhan bisnis UMKM mencapai 14.9%**, sementara **pertumbuhan bisnis Usaha Besar hanya 6.2%**.

source: SME Statistics,
Ministry of Cooperative, Small & Medium Enterprises, 2006.

…Mengapa BMT BANK (UMKM) ?

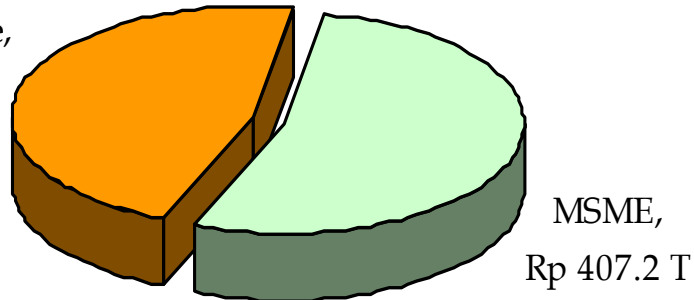
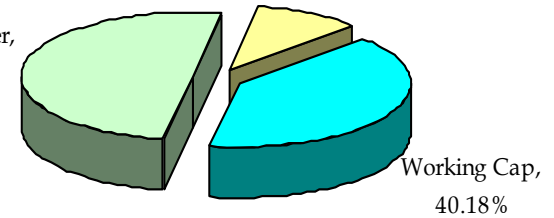
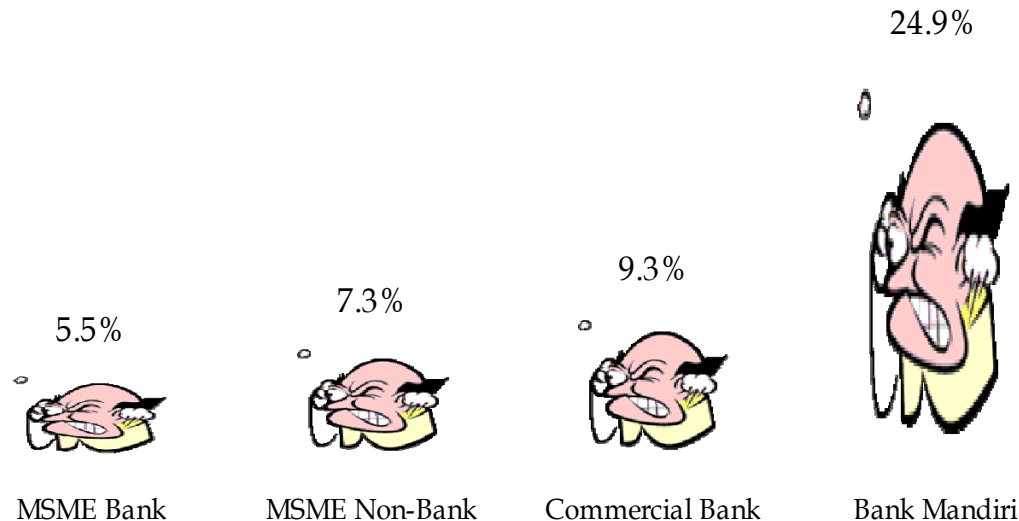
- **Pencipta 96.9% Lapangan Kerja Nasional**

UMKM dengan nilai investasi **Rp 174.9 Triliun** di tahun 2005 telah menciptakan total akumulasi **77.6 juta lapangan kerja**, sementara **Usaha Besar** dengan nilai investasi **Rp 214.7 Triliun** pada periode yang sama **hanya menciptakan total akumulasi 2.5 juta lapangan kerja**.

Dengan kata lain, **UMKM menciptakan 96.9% lapangan kerja**.

Di tahun 2005 saja, **UMKM** menciptakan **2.59 juta lapangan kerja,** sementara **Usaha Besar mengurangi 0.06 juta lapangan kerja**.

Dengan kata lain, **UMKM menciptakan 100% lapangan kerja tahun 2005**, sementara **Usaha Besar mengurangi lapangan kerja**.

source: SME Statistics, Ministry of Cooperative, Small & Medium Enterprises, 2006.

1.3 Mengapa Membiayai UMKM (BMT BANK) ?`

Mengapa Membiayai UMKM (BMT BANK) ?

- **Bisnis Pembiayaan yang Paling Aman**

MSME has **the lowest Non-Performing Loan (NPL) rate.** **5.5%** in MSME Bank; **7.3%** in MSME Non-Bank; compare to 9.3% in average banks (including MSME) and 24.9% in Bank Mandiri, the largest bank in Indonesia.

(Source: The Asia Foundation and The US Embassy, 2006).

Mengapa Membiayai UMKM (BMT BANK) ?

Profit 2006

- **Bank yang Profitnya Paling Tinggi adalah Retail Banking**

Rp 2.4 T

Rp 1.9 T

Rp 4.3 T

Rp 4.2 T

MANDIRI BNI BCA

Assets

Rp 256.2 T

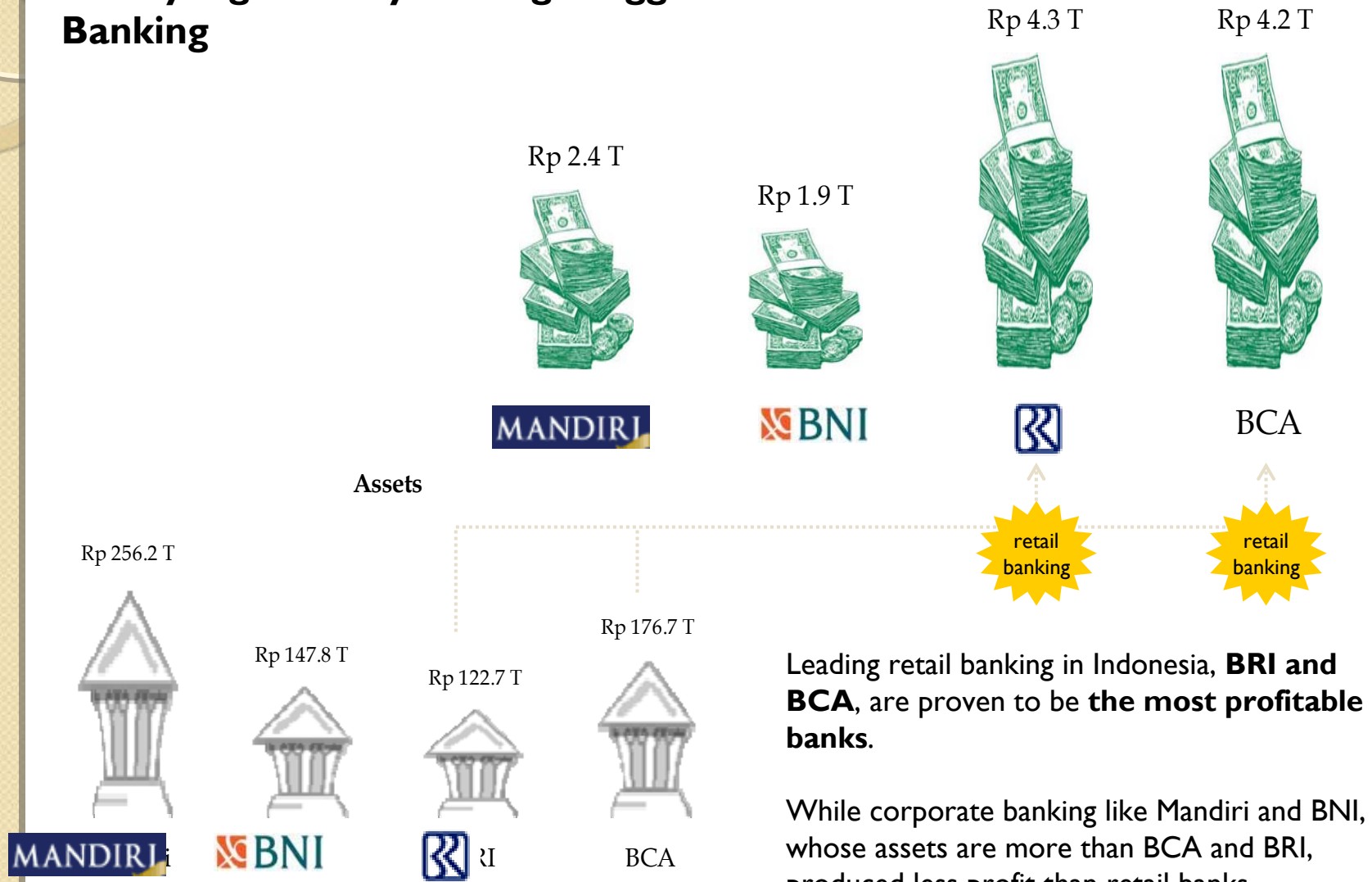
Rp 147.8 T

Rp 122.7 T

Rp 176.7 T

MANDIRI BNI BCA

Leading retail banking in Indonesia, **BRI and BCA**, are proven to be **the most profitable banks**.

While corporate banking like Mandiri and BNI, whose assets are more than BCA and BRI, produced less profit than retail banks.

2. Global Trend

2.1 New Global Trend

The Nobel Peace Prize 2006

"for their efforts to create economic and social development from below"

Dr. Muhammad Yunus (Bengali: মু হা ম্ মদ ইউনু স, pronounced Muhammôd Iunus) (born June 28, 1940) is a Bangladeshi banker and economist. A former professor of economics, he is famous for his successful application of the concept of **microcredit**, the extension of **small loans to entrepreneurs too poor to qualify for traditional bank loans**. Yunus is also the **founder of Grameen Bank**. In **2006**, Yunus and the bank were jointly **awarded the Nobel Peace Prize, "for their efforts to create economic and social development from below."[1]** Yunus himself has received several other international honors, including the **ITU World Information Society Award**, Ramon Magsaysay Award, the World Food Prize and the Sydney Peace Prize. He is the author of Banker to the Poor and a founding board member of Grameen Foundation.

…New Global Trend

Conventional Services:
•Credit
•Debit
•Prepaid

New Technology Services:
•Smart Cards
•PayWave contactless
•MiniCard
•**Remittances**

Emerging Consumers Marketing:
•**Microfinance**
Benefits:
•Enhanced **public visibility** and **brand equity**
•Increased **sales in emerging markets**
•Improved employee **loyalty and satisfaction**
•Demonstrated **good corporate citizenship**

Business Area Direction:
Microfinance & Village Banking

Vision:
to be a global network collectively **serving more poor entrepreneurs** than any other microfinance institution, while **operating on commercial principles** of **performance and sustainability**.

Business Partners:
VISA & AIG
British Petroleum & Denver Fabrics
VISA Employee's Giving Campaign

...New Global Trend

Who's the Champion in Indonesia ?

•8,64 million credit cards.
•30,75 million ATM + Debit Cards
•2.45 million ATM Cards
•127,56 thousands Prepaid Card
•NPL 10%
•Sales Volume Credit Card on August 2007 around Rp 43,77 trillion or Rp 528 trillion per annum.
•At least 2% royalty fee per annum from Sales Volume (2/100 X Rp 528.000.000.000.000 = Rp 10.52 trillion per annum Transfer Fee to International Card (Foreign Countries).

Mengapa tidak kembali ke UMKM (Indonesia) melalui BMTCASH

Consumer Retail Financial Transactions

Rp. 45 Trillions in CASH !!

Transactions Volumes of Debit cards ,ATM Cards, and ATM + Debit Cards. (IDR 000)

Periode	Tunai		Belanja		Interbank		Antarbank	
	Nominal	Volume	Nominal	Volume	Nominal	Volume	Nominal	Volume
Mei 07	45,373,203	69,692,285	2,266,510	4,660,490	92,309,098	16,563,869	1,120,166	581,426
Apri 07	41,932,403	65,056,450	2,088,097	4,388,525	75,756,169	14,186,867	952,647	503,677
Mar 07	44,282,397	68,609,912	2,164,541	4,526,222	72,605,832	14,381,585	949,754	522,323
Febr 07	38,487,265	59,135,509	1,796,169	3,784,201	60,447,835	12,309,782	822,367	515,335
Jan 07	41,715,204	64,397,710	2,207,957	4,522,708	68,691,335	13,372,189	866,206	460,470
Des 06	43,632,776	66,692,887	2,300,261	4,668,076	70,112,193	14,602,502	838,042	447,738
Nov 06	39,025,713	61,317,201	1,895,161	3,753,833	64,169,906	13,897,487	731,764	406,643
Okt 06	43,023,621	66,227,925	2,173,912	4,918,443	55,457,897	13,589,245	707.017	404,014
Sept 06	40,174,817	62,794,016	1,888,900	3,843,391	58,427,997	13,791,352	641,583	368,919
Agt 06	40,350,606	62,830,145	1,833,695	3,810,126	61,111,436	13,721,184	595,913	356,481
Jul 06	40,645,339	64,120,787	1,859,723	3,961,223	56,305,702	13,499,813	553,746	342,025
Jun 06	37,883,736	60,256,978	1,704,788	3,580,610	57,831,812	13,374,980	517,434	327,793
Mei 06	37,719,882	60,752,713	1,699,928	3,672,060	61,484,071	13,165,845	486,440	327,796
Apri 06	34,969,257	57,082,272	1,649,139	3,697,806	51,825,535	11,946,540	399,859	267,910
Mar 06	36,771,308	60,925,957	1,737,940	4,042,078	57,677,740	12,990,709	447,910	257,284
Feb 06	32,552,904	53,608,233	1,541,168	3,437,622	49,441,577	11,446,092	336,899	203,251
Jan 06	35,072,863	57,098,772	1,684,518	3,882,899	48,906,823	11,683,015	331,471	201,125

Source : BI Statistics May 2007

Customer Retail Financial Transactions

Periode	Tunai		Belanja	
	Nominal	Volume	Nominal	Volume
Mei 07	290,435.26	425,385	5,781,067	11,341,233
April 07	272,958.42	414,409	5,067,888	9,540,421
Mar 07	281,907.79	423,291	5,142,922	9,626,404
Feb 07	247,122.88	380,528	4,522,213	8,849,052
Jan 07	293,236.95	448,995	5,308,543	10,169,130
Des 06	260,768.13	396,222	5,072,207	9,606,110
Nov 06	291,263.32	444,969	4,750,764	9,167,386
Okt 06	246,734.34	364,001	4,869,743	9,762,183
Sept 06	289,957.65	465,126	4,668,728	9,489,456
Agust 06	299,847.63	468,038	4,720,982	9,486,662
Juli 06	300,299.74	473,387	4,690,590	9,070,085
Juni 06	303,547.42	479,651	4,407,449	8,817,102
Mei 06	328,930.45	530,474	4,562,754	9,211,244
Apr 06	297,354.04	498,694	3,970,386	8,146,915
Mar 06	314,059.17	685,307	4,282,029	8,680,550
Feb 06	282,808.59	490,442	3,790,391	7,946,883
Jan 06	289,009.12	687,547	4,053,476	8,533,967

Monthly Transactions of Credit Cards

Total Purchases as of May 2007: IDR 25.8 TRILLIONS

Total Purchases 2006: IDR 53.8 TRILLIONS

Source : BI statistics. Volumes in IDR 000

Customer Retail Financial Transactions

Number Of Cards In Circulations

Periode	K. Kredit	K. ATM	ATM + Debit	Kartu Prabayar	Kartu Lainnya
Mei 07	8,392,734	2,257,822	29,105,943		-
Apr 07	8,338,377	2,220,185	28,951,736	-	-
Mar 07	8,194,908	2,192,203	28,467,610	-	-
Feb 07	8,336,598	2,167,086	28,101,234	-	-
Jan 07	8,284,668	2,095,878	28,058,176	-	-
Des 06	8,215,923	1,509,038	28,147,121	-	-
Nov 06	8,246,240	1,496,733	27,591,546	-	-
Okt 06	8,220,190	1,485,437	27,137,765	-	-
Sept 06	8,185,091	1,441,494	26,752,600	-	-
Agus06	8,141,978	1,419,164	26,215,573	-	-
Juli 06	8,108,865	1,393,326	25,709,446	-	-
Juni 06	8,060,807	1,365,053	26,266,143	48,647	-
Mei 06	8,306,329	1,310,792	25,865,912	46,926	-
Apr 06	8,333,266	1,337,924	25,336,627	45,709	-
Mar 06	8,306,407	1,322,094	25,089,270	44,148	-
Feb 06	8,310,109	1,342,434	24,546,255	42,454	-
Jan 06	8,274,706	1,312,125	24,035,777	56,565	-

3. Sinergi Dengan LKM/S

3.1 Imitation to Innovation

New Technology Services:
•Smart Cards
•PayWave contactless
•Remittances

Emerging Consumers Marketing:
•Microfinance

Benefits:
•Enhanced public visibility and brand equity
•Increased sales in emerging markets
•Improved employee loyalty and satisfaction
•Demonstrated good corporate citizenship

Kaltim Card™

Business Area Direction:
Microfinance & Village Banking

Mission:
to provide financial services to
the national lowest-income entrepreneurs
so they can create jobs, build assets
and improve their standard of living.

Initiative Program:
Community Service Point
(3,500 locations)

Existing MFIs

BPR/S (2,148 units)	BMT (3,038 units)	KSP (1,087 units)	BRI U (3,916 units)

Micro Credit Channeling

Physical Infrastructure

3,500 branches

4,000 branches

3.2. BANK KALTIM SEBAGAI CUSTODIAN BANK

DESKRIPSI	BANK	LKM	KalTim Card
Dana Pihak Ketiga			
Margin DPK	Giro	8% /pa	Point dan Hadiah
RTGS	Clearing & RTGS	n.a.	RTGS & Clearing
Loyalty Card	n.a.	Available	Available
Pembiayaan	-		
KalTim Card, KPR	Available	Available	Available
Bagi Hasil	Available	Available	Available
Payment Systems			
Card (ATM & EDC)	Available	Available	Available
Mobile Money	Limited	Available	Available
Merchant Systems	Limited	Available	Availabel

3.3 Ilustrasi Jaringan KalTimCard™

- Case Study: Malaysia

Bank CIMB Berhad:
- Several hundred branches natonwide
- 4,000 ATMs under Malaysian Electronic Payment System (MEPS).

Perdana & PT Pos Indonesia:
- 3,500 branches nationwide
- 16,000 supporting units.

Absindo & APPSI
- 23.000 branches in rural areas (nationwide)

4. CUSTODIAN BANK

Ide Produk dan Fitur Produk

- Sistem Pembayaran Elektronik bagi Nasabah LKM/S

I. Ide

- Nasabah LKM/S pada umumnya menggunakan produk pinjaman untuk kepentingan produktif, namun disimpannya di Bank
- Selanjutnya dana dimanfaatkan bagi pembayaran transaksi untuk keperluan ber bisnis dengan cara "cash"
- Untuk memenuhi kebutuhan bertransaksi maka disediakan kartu pra bayar (pre paid card). Kartu ini bisa dimanfaatkan dalam lokasi LKM/S nya sendiri maupun LKM/S lain anggota Apex LKM/S, atau jaringan lainnya.
- Kartu pre paid adalah magnetic stripe dengan transaksi on line
- Nasabah bisa memindahkan dana mereka dari rekening LKM/S ke kartu pre paid dan atau sebaliknya.
- Kartu pre paid ini memiliki fitur transaksi guna mengefisienkan transaski mereka.
- Channel delivery transaksi kartu pre paid adalah ATM, EDC, EDC teller.
- Biaya ditetapkan berdasarkan transaksi yang dibuat.

Ide Produk dan Fitur Produk

- Sistem Pembayaran Elektronik bagi Nasabah LKM/S

II. Fitur Produk

  - Transfer antar kartu Pos Prepaid
  - Balance Inquiry
  - Pengambilan Tunai melalui ATM dan EDC Teller jaringan eMF
  - Fasilitas reload secara manual dan otomatis
  - Transfer dari kartu pre paid ke rekening LKM/S
  - Transaksi pengambilan tunai di ATM Bersama
  - Transaksi POS melalui jaringan eMF
  - Pembayaran berbagai tagihan (Mitra SOPP)
  - Penggantian kartu hilang
  - Layanan Telpon 24 Jam
  - Transaksi mobile dan Internet

Value Proposition

- Bagi BANK/POS
  - Perluasan peluang pendapatan baru
  - Citra sebagai APEX LKM/S
  - Potensi cross-selling untuk produk & jasa melalui LKM/S
  - Linkage Program kepada para LKM/S
  - Debitur yang melebihi Plafond LKM/S dapat melakukan joint Financing dengan Bank
- Bagi LKM/S
  - Efisiensi biaya transaksi / cash handling
  - Perluasan jaringan
  - Peningkatan layanan bagi nasabah LKM
  - Penyetaraan layanan LKM dibandingkan dengan perbankan modern
- Bagi Nasabah LKM/S
  - Bisa melakukan transaksi Bank tanpa meninggalkan kaidah syariah
  - Nasabah dapat menggunakan fasilitas layanan yang lebih luas.

BMT BANK™

TERIMAKASIH